

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Strategi komunikasi pemasaran dalam event *Mini Gathering User Middle-High* dirancang sebagai komunikasi yang menekankan hubungan dan keterlibatan pelanggan, bukan sekadar penyampaian pesan promosi. Event digunakan sebagai ruang interaksi langsung yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, pendekatan personal, serta penciptaan suasana yang akrab dan nyaman. Melalui komunikasi yang dibangun sejak pra-event hingga pasca-event, OPPO Experience Store Ritamall Purwokerto menempatkan pelanggan sebagai bagian dari relasi yang perlu dijaga secara berkelanjutan. Strategi ini memperlihatkan bahwa komunikasi pemasaran tidak dijalankan secara massal, melainkan bersifat interpersonal dan berbasis pengalaman, sehingga mampu memperkuat engagement serta kepercayaan pelanggan terhadap merek.
2. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam event *Mini Gathering* digunakan sebagai kerangka untuk membangun pengalaman pelanggan yang eksklusif dan bernilai. CRM diwujudkan melalui kesinambungan komunikasi, fleksibilitas pendekatan terhadap pelanggan, serta pendampingan setelah pembelian, termasuk edukasi dan layanan purna jual. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan tidak berhenti pada saat event atau transaksi berlangsung, tetapi diperluas melalui perhatian dan layanan yang konsisten. Dengan demikian, CRM berfungsi sebagai strategi relasional yang mengintegrasikan interaksi, pelayanan, dan pengalaman pelanggan dalam satu kesatuan yang bertujuan menciptakan kenyamanan serta loyalitas jangka panjang.
3. Event *Mini Gathering* diposisikan sebagai kebijakan pemasaran yang secara khusus ditujukan untuk mempertahankan segmen pelanggan menengah ke atas. Melalui konsep yang selektif, suasana eksklusif, serta pengalaman langsung yang berbeda dari promosi konvensional, event ini berperan dalam membangun kedekatan emosional dan rasa keterlibatan pelanggan terhadap merek. Event tidak hanya mendukung keputusan pembelian lanjutan, seperti

upgrade produk, tetapi juga memperkuat ikatan jangka panjang antara pelanggan dan OPPO. Dengan demikian, event Mini Gathering berfungsi sebagai instrumen strategis yang menghubungkan komunikasi pemasaran, penerapan CRM, dan upaya mempertahankan loyalitas pelanggan segmen *middle-high* secara berkelanjutan.

B. Saran

OPPO Experience Store Ritamall Purwokerto disarankan untuk mempertahankan serta memperkuat strategi komunikasi pemasaran berbasis hubungan dengan tetap mengedepankan pendekatan personal dan interaktif dalam setiap kegiatan event. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) melalui event eksklusif seperti *Mini Gathering* perlu dikelola secara lebih terstruktur agar pengalaman pelanggan dapat terintegrasi secara berkelanjutan, tidak hanya berhenti pada tahap pelaksanaan. Evaluasi pasca-event juga sebaiknya dilakukan secara rutin dan terdokumentasi agar hasilnya dapat digunakan sebagai acuan strategis bagi penyelenggaraan event berikutnya. Selain itu, pemanfaatan data pelanggan hasil tindak lanjut (*follow-up*) perlu dioptimalkan untuk memperkuat CRM analitis melalui segmentasi perilaku dan preferensi pembelian pelanggan. Dengan demikian, event *Mini Gathering* dapat dimanfaatkan secara konsisten sebagai strategi jangka panjang untuk menjaga loyalitas dan keterikatan pelanggan segmen menengah ke atas melalui pengalaman yang relevan, bernilai, serta selaras dengan citra premium merek OPPO.

Secara akademik, penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang dapat menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Penelitian ini hanya menggunakan perspektif internal penyelenggara, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan persepsi dan pengalaman pelanggan secara langsung. Penelitian berikutnya disarankan untuk melibatkan informan eksternal seperti peserta event agar diperoleh pemahaman yang lebih seimbang antara strategi perusahaan dan respon pelanggan. Selain itu, karena penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif pada satu lokasi, studi lanjutan dapat menggunakan pendekatan komparatif antar store atau metode observasi partisipatif agar proses pelaksanaan dan tindak lanjut pelanggan dapat diamati secara lebih mendalam dan *real-time*.